



E-COMMERCE EN ORGANIZACIÓN Y  
MARKETING PARA IMPULSAR EL  
BIENESTAR ECONÓMICO Y  
EMOCIONAL DE LOS ADULTOS  
MAYORES  
ADULTOS MAYORES: TAITA

Presentado por: Aida Alejandra Maldonado Velásquez



## Título: E-COMMERCE EN ORGANIZACIÓN Y MARKETING PARA IMPULSAR EL BIENESTAR ECONÓMICO Y EMOCIONAL DE LOS ADULTOS MAYORES

Palabras claves:

1. E-commerce
2. Adultos mayores
3. Big data
4. Salud mental
5. Bienestar económico



#### SUMMARY

Within the current offer of E-commerce platforms, the absence of technological platforms that promote the economic well-being of the elderly population and that in turn allow them better psychological conditions is evident. It has been rejected that many can still contribute useful elements to society, according to the knowledge and trades acquired during most of their productive life.

Due to the above, the need arises to offer them job opportunities that are adapted to their abilities and the technological development of the time, and in this way, they can have an additional economic income, as well as a reason to occupy their minds and feel useful.

In this way, our project proposes the creation of an E-commerce service, where only products and services made by older adults are offered. More than being a bridge between older adults and our clients, our mission is to positively transform the life of this community by giving recognition and value to their abilities and skills, while also learning from their life stories.

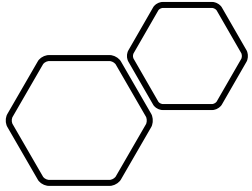
- RESUMEN

Dentro de la oferta actual de plataformas de E-commerce se evidencia la ausencia de plataformas tecnológicas que impulsen el bienestar económico de la población de la tercera edad y que a su vez les permitan mejores condiciones psicológicas. Se ha desestimado que muchos aún pueden aportar elementos útiles a la sociedad, según los conocimientos y oficios adquiridos durante la mayoría de su vida productiva.

Por lo anterior surge la necesidad de ofrecerles oportunidades laborales que se adapten a sus capacidades y al desarrollo tecnológico propio de la época, y de esta manera puedan tener un ingreso económico adicional, además, de un motivo para ocupar su mente y sentirse útiles.

De este modo, nuestra propuesta plantea la creación de un servicio de E-commerce, donde únicamente se ofrezcan productos y servicios ofrecidos por adultos mayores. Más que ser un puente entre los adultos mayores y nuestros clientes, nuestra misión es transformar positivamente la vida de esta comunidad dando un reconocimiento y valor a sus capacidades y habilidades, a la vez que aprendemos de sus historias de vida





- OBJETIVOS:
- Desarrollar una plataforma de E-commerce utilizando herramientas de BIG DATA, que permita ofrecer una vitrina donde adultos mayores puedan vender sus productos y servicios, ofreciéndoles una oportunidad de generar ingresos adicionales y ocupación que mejore su calidad de vida.
- Crear un emprendimiento que genere oportunidades de desarrollo profesional a jóvenes profesionales y además los conecte con las experiencias de vida de los adultos mayores.
- Utilizar tecnologías innovadoras que optimicen la experiencia del usuario tanto en la venta y compra de productos y servicios, y atraiga un mayor número de usuarios.



---

# DISEÑO DE OFICINAS

TAITA





# PRINCIPIOS

- Las oficinas se instalarán en un edificio que tenga la alternativa de uso de paneles solares.
- Se instalarán jardines verticales y muchas plantas que den la sensación de no estar en un lugar encerrado.
- Serán espacios amplios y con buena iluminación que transmitan bienestar.
- No se tendrán espacios fijos ni oficinas especiales para altos directivos, sino un espacio abierto y colaborativo.
- No se utilizarán plásticos de un solo uso y se implementarán sistemas de reciclaje para hojas y demás materiales.



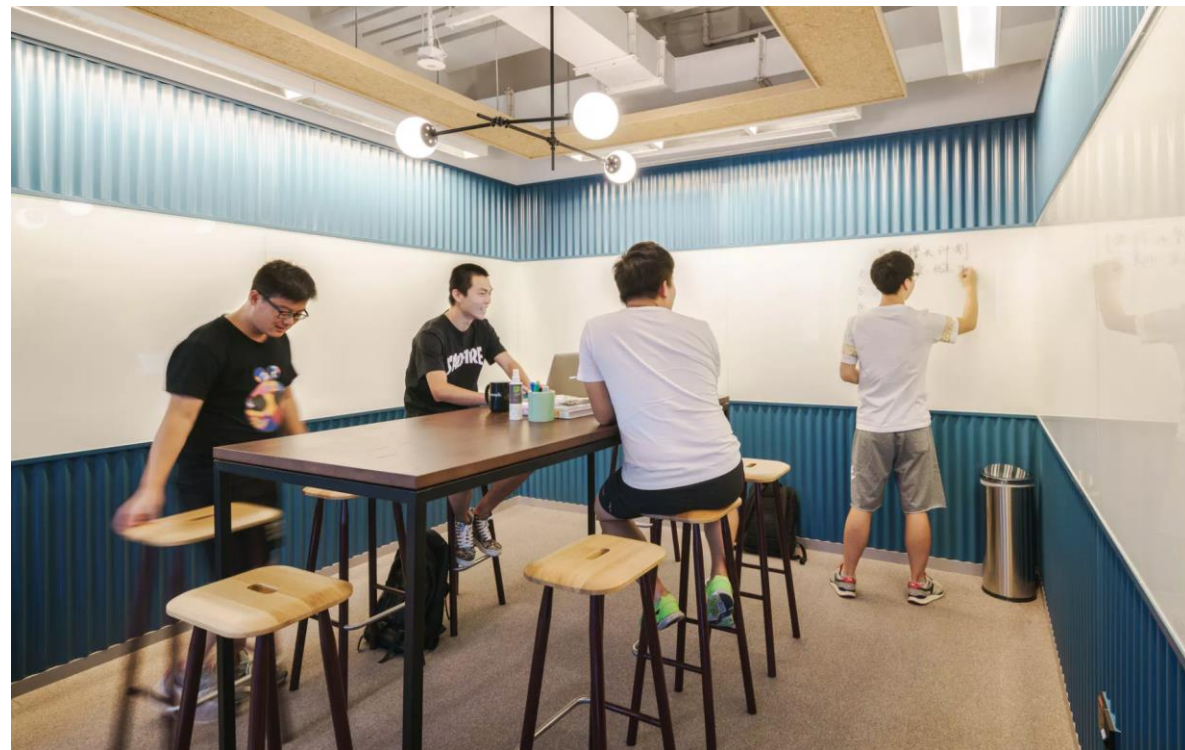
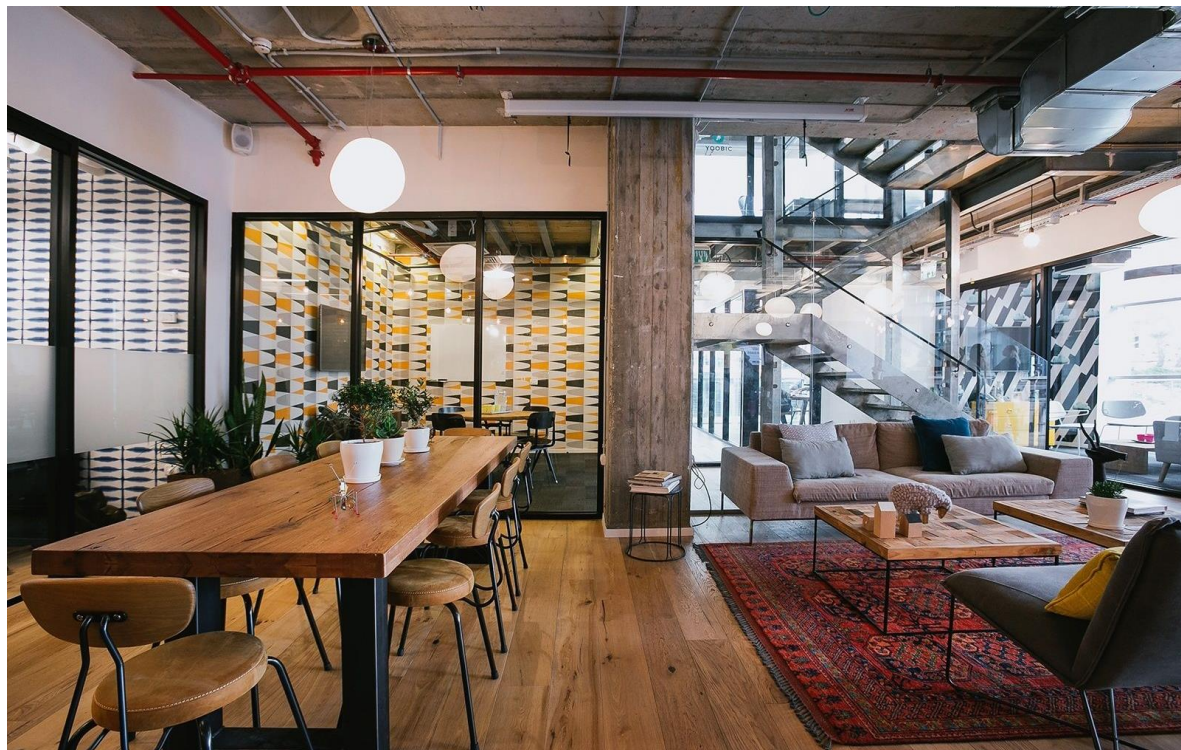
# OFICINAS PARA LOS PROCESOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS



# ESPACIOS COMUNES







ESPACIOS PARA LA INSPIRACIÓN Y CREATIVIDAD



---

# ESPACIO PARA REUNIONES Y TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS





ENDOMARKETING

---

**TAITA**



# CURVA DE APRENDIZAJE

---

- Uno de los factores que más motivan a las personas para quedarse en una empresa es tener un **plan de carrera**. Por tal motivo, desde TAITA se preparará un plan de varias etapas, ajustado al perfil de cada colaborador y sus gustos. Para definirlo, se utilizará una herramienta de diagnóstico psicológico que facilite el diseño del plan y también una evaluación de competencias 360° en la cual se incluirá la apreciación personal, la de los compañeros de área y el jefe inmediato. De esta manera se podrán definir los objetivos a alcanzar en cada etapa del plan.
- Para afianzar conocimientos y como apoyo a este plan, se implementarán cursos virtuales de formación y actualización en temas como **logística, programación, UX, data mining, IoT, marketing digital, gestión de RRHH, finanzas y herramientas ágiles** para la gestión de proyectos. Esto no solamente aportará al trabajador sino también a la empresa ya que desde estos nuevos conocimientos se podrán generar nuevos servicios o procesos.

# I + BIG DATA

---

- Esta valiosa información del seguimiento al plan de carrera se irá almacenando en una plataforma a la que se accederá desde la intranet, de manera que se pueda **monitorear el avance** de cada persona. Luego se analizará cada caso a través del cumplimiento de su plan.
- Al terminar cada etapa definida en el plan se realizará un test virtual para validar los conocimientos aprendidos y la respectiva evaluación de competencias 360°. De ser satisfactorio el resultado, la persona podrá recibir un incentivo salarial o un ascenso, dependiendo de las políticas establecidas para cada etapa. Si no es satisfactorio, deberá reiniciar la fase.

# I + PROMOCIÓN

---

Para **estimular la competitividad** entre los equipos de trabajo, se lanzará un concurso que premiará en cada área a la persona que mayores objetivos del plan haya alcanzado y que mejor puntaje haya obtenido en los test de conocimiento.

Adicionalmente, se premiará al área cuyos miembros hayan cumplido más objetivos.

Los premios individuales serán cursos presenciales en reconocidas instituciones de educación superior. El premio para la mejor área será disfrutar de una actividad grupal totalmente paga.



# MERCHANDISING SOSTENIBLE

---

El core del negocio son los productos elaborados por las personas mayores, por lo tanto para fomentar el **sentido de pertenencia** hacia la empresa no solamente se tratará con las personas para conseguir productos y servicios, sino que se propiciará un espacio para **compartir historias de vida** que sensibilicen a los trabajadores y compradores de que no solamente se está vendiendo y comprando un producto o servicio, sino que se está impactando positivamente en las vidas de las personas.

Se suministrará a los trabajadores productos elaborados por las personas mayores, que puedan generar recordación y los motiven:

- **Libretas de papel reciclable** para escribir las reflexiones que surjan de los encuentros con los adultos mayores
- **Café orgánico** cultivado por campesinos adultos mayores, para que el aroma recuerde la tradición y sabiduría que nos aportan
- **Artesanías** elaboradas por los adultos mayores para adornar los puesto de trabajo y recordar la importante misión que significa apoyarlos

# I + PUBLICIDAD

---

Las comunicaciones internas deben ser claras y muy cercanas a los trabajadores para lograr un mayor sentido de pertenencia y motivación, por tanto se dispondrá de los siguientes canales:

- **Newsletter interno Taita:** Las historias compartidas en los encuentros con los adultos mayores, al igual que las premiaciones de los concursos, los logros, y aprendizajes de todos los que trabajamos en la empresa se publicarán en este periódico
- **Redes sociales:** Por este canal también se publicarán los resultados de los encuentros con los adultos mayores y las premiaciones.
- **Correo corporativo:** Por medio de este canal se lanzarán los distintos concursos, se notificará el desarrollo de los cursos online y las respectivas evaluaciones. También se agendarán los encuentros con los adultos mayores y las distintas actividades que se realicen

# I + LÚDICA

---

La **gamificación** estimula la competitividad de los trabajadores de manera creativa por ello se fomentará el uso de juegos para:

- Afianzar conocimientos en cualquier momento, a través de **Kahoot**. De esta manera, varios trabajadores podrán competir entre ellos a la vez que aprenden nuevos conceptos.
- Solucionar retos y casos a través de una app diseñada conforme a las necesidades y expectativas de TAITA
- Fortalecer el conocimiento de nuevos idiomas, a través de apps como **Duolingo**
- Mejorar las habilidades cognitivas a través de juegos de apps como **Lumosity**



# BIBLIOGRAFIA

---

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *Envejecimiento, personas mayores y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: perspectiva regional y de derechos humanos*. Santiago: CEPAL.
- López, S. (28 de Octubre de 2019). *Colombia: página web RCN Radio*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2019, de Página web RCN Radio:  
<https://www.rcnradio.com/colombia/llegar-los-80-anos-es-un-privilegio-situacion-del-adulto-mayor-en-colombia>
- Manchego, M. M. (11 de Agosto de 2019). *Economía: Página web Portafolio*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2019, de Página web Portafolio:  
<https://www.portafolio.co/economia/el-mercado-inexplorado-de-los-adultos-mayores-532448>
- Montaña Sanchez, Y. N. (2 de Mayo de 2019). *Nacional: Caracol Radio*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2019, de Página web Caracol Radio:  
[https://caracol.com.co/radio/2019/05/02/nacional/1556822724\\_828109.html](https://caracol.com.co/radio/2019/05/02/nacional/1556822724_828109.html)
- Revista Dinero. (6 de Enero de 2017). *Economía: Página web Revista Dinero*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2019, de Página web Revista Dinero:  
<https://www.dinero.com/pais/articulo/abandono-y-depresion-de-los-adultos-mayores-en-colombia-2017/246080>
- Venegas Loaiza, A. (4 de Octubre de 2018). *Globo economía: Página web La República*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2019, de Página web La República:  
<https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-es-el-tercer-pais-de-la-region-con-mayor-porcentaje-de-mayores-sin-ingresos-2778091>